



TITLE:

京大東アジアセンターニューズレター 第569号

AUTHOR(S):

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター

CITATION:

京都大学経済学研究科東アジア経済研究センター. 京大東アジアセンターニューズレター 第569号. 京大東アジアセンターニューズレター 2015, 569

ISSUE DATE:

2015-05-10

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/197921>

RIGHT:

2015年5月10日発行 第569号

CONTENTS

第13回 アジア中古車流通研究会のお知らせ	2
上海街角インタビュー ⑦	3
【中国経済最新統計】	6



第 13 回 アジア中古車流通研究会のお知らせ

主催：京都大学東アジア経済研究センター

後援：京都大学東アジア経済研究センター支援会

2015 年 5 月 23 日(土) 13 時

於 京都大学経済学部 みずほホール (法経東館地下 1 階)

司会

1. 自己紹介 13:00-13:20

2. 報告 13:20-15:00

□深尾 三四郎 (浜銀総合研究所調査部産業調査室副主任研究員)

マクロ統計分析から読み解く国内新車販売市場と中古車輸出市場の現状

□藁科 吉晴 (フジヤマトレーディング代表取締役社長 日本中古車輸出業協
同組合副理事長)

2015 年中古車輸出概要－業界概要と課題点－

3. ディスカッション 15:10-16:15

研究会終了後 17:00-19:00 懇親会

今回は研究会,懇親会ともに出欠をとります。懇親会は先着申込 20 名とさせていただきます。

なおこの研究会は京都大学東アジア経済研究センター協力会の法人会員・個人会員のみが参加できるクローズドな研究会です。非会員で参加希望の方は塩地 shioji@econ.kyoto-u.ac.jp まで協力会への入会手続をお問い合わせください。

上海街角インタビュー ㊟

社団法人大阪能率協会アジア・中国事業支援室副室長（海外委員）

順利包装集团董事长（在上海）

福喜多技術士事務所所長

福喜多俊夫

中国人から見た「中国らしさ」とは何か？

中国人から見た「中国らしさ」とは何か？ 外国人が見る「中国らしさ」と中国人から見た「中国らしさ」は違うような気がする。「日本らしさ」も同じだ。日本人は「日本らしさ」を京都のお寺に代表されるような侘び、寂び（日本的情緒）に見出そうとするが、私の経験では中国人は京都のお寺にはあまり感激しない。むしろ日光東照宮のような派手な建物に日本の美を見つけているようだ。多くの外国人は渋谷のスクランブル交差点で一度に何千人もの人が渡っても人と人がぶつからないことに「日本らしさ」を見出している。

「中国らしさ」ですぐ頭に浮かぶのは、“大声で話をする”、“交通ルールを守らない”、“何事も大きいことが好き” 浦東地区の1km四方の場所に100階建てのビルを三つも建てるなんて、いかにも中国らしい。

上海人は「中国らしさ」をどのようにとらえているのだろうか？

（この質問で「らしさ」を中国語で表現するのに苦労しました。事前にアシスタントに「中国らしさ」をどのように表現するか聞いたのだが、“中国的風格”とか“真像中国”などを教えてくれたけれど、私の質問の意味を理解してくれたのかどうか、よくわかりません。今回のインタビューは失敗だった可能性があります）

1. 40歳代中頃の女性

私が考える中国らしさは、①中国の公務員は態度が大きく、その効率は悪い。時々彼らは我々の仕事の邪魔をする。官僚が庶民のことを考えないのが中国らしさです。

②多くの人が決まり事やルールを無視します。そこに頭の良さを見いだすのが中国らしさです。

2、30 歳代前半の女性

あなたの質問の意味を正確に理解したか自信はないけど、いくつか挙げてみれば、

①大部分の中国人、特に老人は決まり事に従いません。道案内の矢印や説明がついていても見ようとせず、必ず、傍の人にトイレはどこだ、とか、出口はどこかと聞きます、非常にわかりやすく説明してあっても同じです。また、禁煙サインの下で平気でタバコを吸います。

② “差不多” 主義（あまり違いないといったニュアンス）も中国人の特徴で、外国人との商売では、ものごとがあいまいに進んで行って最後の段階で大きな齟齬があることが分かります。

③もう一つ、中国に長く住まない日本人には理解できない、中国らしさは“口頭での招待”です。実に気軽に今度家に遊びにおいで、と招待し、必ず行くよと答えます。しかし、決して実現することはありません。双方とも 5 分後には忘れているでしょう。中国的プロトコールです。

3. 40 歳代後半の男性

もっとも中国らしいところは団結心です。普段はまったく愛国心がなくても、何らかの形で中国が攻撃されるようなことがあれば、一挙に団結します。これはイデオロギーに関係なくスポーツでも、中国民族というアイデンティティで団結します。普段は家族・友人しか意識しないひとが、オリンピックでは他人と肩を組んで応援する不思議な国民です。

4. 40 歳代中頃の男性

質問がよくないです。中国は広大で 13 億以上の人に住んでおり、民族も 50 いくつかあります。一般的な“中国らしさ”を探すのは無理です。たとえば、北京人は上海人をみれば「自分の優秀さをひけらかす鼻持ちならない人種」とみるでしょう。上海人は安徽省の人をみれば「教養のない田舎者」と片付けるでしょう。

もし、一般論で“中国らしさとは何か”というならば、「漢民族が築いてきた儒教、道教、仏教の文化」だと思います。多くの国民に忘れられているのが残念です。私のように中国文化を継承しなければならないと思っている人物が、中国らしい中国人です。

5. 60 歳代の男性

日本人から見た中国らしさは、「お茶の文化」とか各地に残る「名園」の数々ではないでしょうか。その通りなのです。中国の誇る中国らしさは、中国の文人が繋いできた芸術にあります。最近の若い人は、自虐的に中国らしさは「偽物なら何でもある」などといいますが、4000 年の文化こそ中国らしさなのです。漢方も中国らしさの典型的なものです。

6. 20 歳代前半の男性

中国らしさですか、それは広いことです。 反対に日本らしさは狭いことです。

去年、東京に出張しましたが、新宿ワシントンホテルに泊まって、その狭さにびっくりしました。狭いけれど実に効率よく出来ているのには感心しました。でも、中国の方がのびのび出来ます。日本はきまりごとがいっぱいあってうるさいです。中国らしさは「おおらかさ」です。

7. 60 歳代後半の男性

昔の金持ちにとっての「中国らしさ」は花鳥風月をめぐるおだやかな教養、今の金持ちにとってはどれだけお金を持っているかが「中国らしさ」の象徴。今は全国民が金儲けしか考えていないのが「中国らしさ」です。私も中国らしくなりたいから、金儲けにいそしんでいます。 そうそう、「中国らしさ」は「コネが第一」と言い換えられます。

中国がコネ社会で成り立っていることは、習近平主席が腐敗撲滅や虎退治をやっても揺るぎません。中国の道德観の一番の根幹は親族・家族をいかに大事にするかというところにありますから。もっとも「中国らしい」もの、それは「コネ」です。

今回のテーマは簡単なつもりだったが、まとめるのが難しいものになってしまった。こちらの質問の意味が通じずに答えてもらえなかった人も何人かいた。上海人が「中国らしさ」をどのようにとらえたのか、文脈から判断してください。

以上

【中国経済最新統計】

	① 実 質 GDP 増加率 (%)	② 工 業 付 加 価 値 増 加 率 (%)	③ 消費財 小売総 額増加 率(%)	④ 消費者 物価指 数上昇 率(%)	⑤ 都市固 定資産 投資増 加 率 (%)	⑥ 貿易収 支 (億ドル)	⑦ 輸 出 増加率 (%)	⑧ 輸 入 増加率 (%)	⑨ 外国直 接投資 件数の 増加率 (%)	⑩ 外国直 接投資 金額増 加率 (%)	⑪ 貨幣供 給量増 加 率 M2(%)	⑫ 人民元 貸出残 高増加 率(%)
2005年	10.4		12.9	1.8	27.2	1020	28.4	17.6	0.8	▲0.5	17.6	9.3
2006年	11.6		13.7	1.5	24.3	1775	27.2	19.9	▲5.7	4.5	15.7	15.7
2007年	13.0	18.5	16.8	4.8	25.8	2618	25.7	20.8	▲8.7	18.7	16.7	16.1
2008年	9.0	12.9	21.6	5.9	26.1	2955	17.2	18.5	▲27.4	23.6	17.8	15.9
2009年	9.1	11.0	15.5	▲0.7	31.0	1961	▲15.9	▲11.3	▲14.9	▲16.9	27.6	31.7
2010年	10.3	15.7	18.4	3.3	24.5	1831	31.3	38.7	16.9	17.4	19.7	19.8
2011年	9.2	13.9	17.1	5.4	24.0	1549	20.3	24.9	1.1	9.7	13.6	14.3
2012年	7.7	10.0	14.3	2.7	20.7	2303	7.9	4.3	▲10.1	▲3.7	13.8	15.0
2013年	7.7	9.7	11.4	2.6								14.1
2月				3.2		153	21.7	-14.9	-35.6	6.3	15.2	15.1
3月	7.7	8.9	12.6	2.1	21.5	-9	10.0	14.2	-19.7	5.7	15.7	14.9
4月		9.3	12.8	2.4	19.8	182	14.6	16.6	13.9	0.4	16.1	14.9
5月		9.2	12.9	2.1	19.7	204	0.9	-0.1	-14.4	0.3	15.8	14.5
6月	7.5	8.9	13.3	2.7	19.9	271	-3.3	-0.9	-17.3	20.1	14.0	14.1
7月		9.7	13.2	2.7	20.2	178	5.1	10.8	1.2	24.1	14.5	14.3
8月		10.4	13.4	2.6	21.4	285	7.1	7.1	-11.7	0.6	14.7	14.1
9月	7.8	10.2	13.3	3.1	19.6	152	-0.4	7.4	-16.8	4.9	14.2	14.3
10月		10.3	13.3	3.2	19.2	311	5.6	7.5	-8.2	1.2	14.3	14.1
11月		10.0	13.7	3.0	17.6	338	12.7	5.4	-9.3	2.3	14.2	14.2
12月	7.7	9.7	13.6	2.5	17.2	256	4.3	8.6	-3.4	-42.6	13.6	14.1
2014年												
1月				2.5	19.8	319	10.5	10.8	-8.6	-4.5	13.2	14.3
2月				2.0		-230	-18.1	10.4	1.3	4.0	13.3	14.2
3月	7.4	8.8	12.2	2.4	17.3	77	-6.6	-11.3	6.1	-1.5	12.1	13.9
4月		8.7	11.9	1.8	16.6	185	0.8	0.7	0.5	3.4	13.2	13.7
5月		8.8	12.5	2.5	16.9	359	7.0	-1.7	8.4	-6.6	13.4	13.9
6月	7.5	9.2	12.4	2.3	17.9	316	7.2	5.5	10.3	0.2	14.7	14.0
7月		9.0	12.2	2.3	15.6	473	14.5	-1.5	14.0	-17.0	13.5	13.4
8月		6.9	11.9	2.0	13.3	498	9.4	-2.1	5.2	-14.0	12.8	13.3
9月	7.3	8.0	11.6	1.6	11.5	310	15.1	7.2	9.4	1.9	11.6	13.2
10月		7.7	11.5	1.6	13.9	454	11.6	4.6	8.7	1.3	12.1	13.2
11月		7.2	11.7	1.4	13.4	545	4.7	-6.7	-8.6	22.2	12.0	13.4
12月	7.3	7.9	11.9	1.5	12.6	496	9.5	-2.3	6.1	10.3	11.0	13.6
2015年												
1月				0.8		600	-3.3	-20.0	2.2	-1.1	10.6	14.3
2月				1.4		606	48.3	-20.8	49.8	0.1	11.1	14.7
3月	7.0	5.6	10.2	1.4	13.1	31	-15.0	-12.9	0.3	1.3	9.9	14.7

注：1. ①「実質 GDP 増加率」は前年同期（四半期）比、その他の増加率はいずれも前年同月比である。

2. 中国では、旧正月休みは年によって月が変わるため、1月と2月の前年同月比は比較できない場合があるので注意されたい。また、（ ）内の数字は1月から当該月までの合計の前年同期に対する増加率を示している。

3. ③「消費財小売総額」は中国における「社会消費財小売総額」、④「消費者物価指数」は「住民消費価格指数」に対応している。⑤「都市固定資産投資」は全国総投資額の86%（2007年）を占めている。⑥—⑧はいずれもモノの貿易である。⑨と⑩は実施ベースである。

出所：①—⑤は国家统计局統計、⑥⑦⑧は海関統計、⑨⑩は商務部統計、⑪⑫は中国人民銀行統計による。